التجربة التركية في ترقية
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية

أ. د./ كواش خالد* & أ./ ملال أم الخير**

Abstract:

Les petites et moyennes entreprises sont considérées comme le moteur principal de toute économie, en particulier dans les pays développés, grâce à sa capacité à s'intégrer avec les grandes entreprises et de contribuer au développement économique de pays. La Turquie est l'un de ces pays qui encouragent les petites et moyennes entreprises dans divers secteurs économiques où occupe 99,9% de toutes les institutions, y compris le secteur du tourisme.
L'objectif de cette étude est de faire la lumière sur les petites et moyennes entreprises touristiques à travers une présentation analytique du secteur du tourisme et de ses composantes, ainsi que sa place dans l'économie turque, tous on parlons sur l'appui financier, technique et les encouragement dont bénéficie ce secteur.

Les mots clés: **P**etites et Moyennes Entreprises (PME), **T**ourisme, **S**outien, **T**urquie.

ملخص:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المحرك الأساسي لكل الاقتصاديات خصوصا المتقدمة منها، وذلك من خلال قدرتها على الاندماج مع المؤسسات الكبيرة والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية. حيث تعتبر تركيا واحدة من الدول التي تشجع المشاريع الصغيرة والمتوسطة في مختلف القطاعات الاقتصادية أين تحتل 99,9% من مجمل المؤسسات، بما في ذلك قطاع السياحة.
نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية من خلال عرض تحليلي لقطاع السياحة ومقوماته وكذا مكانته في الاقتصاد التركي، ثم تطرقنا إلى سياسات الدعم والتشجيع المالي والتقني التي يحظى بها هذا القطاع.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، السياحة، الدعم، تركيا.

* أستاذ - جامعة الجزائر3
** أستاذة مساعدة (أ) - جامعة الجزائر3

مخطط المقال:

مقدمة:

يشهد العالم في الآونة الأخيرة تحولا سريعا وجذريا في كافة المجالات السياسية، الاقتصادية والاجتماعية نحو العولمة الاقتصادية أين تذوب العوائق أمام حركة رؤوس الأموال والاستثمار والأفراد، وهذا بدون شك له أثره على النشاط الاقتصادي على الصعيد القطري والعالمي على حد سواء. وتعد السياحة إحدى أهم القطاعات الاقتصادية المنتظر أن تشهد النمو السريع في هذا القرن، وان يزيد تأثيرها ومساهمتها في مجموع النشاط الاقتصادي، كما أن الكثير من الدول تعول على هذا القطاع في تحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة وذلك بتنمية المؤسسات والهياكل السياحية ووضع القوانين والتشريعات التي تسهل من عملية الاستثمار في هذا القطاع. ففي تركيا، بعد سنة 1980 شهد قطاع السياحة تطورا كبيرا، وكان مصدرا للعملة الصعبة مما سمح بتغطية حالات العجز خلال الأزمات الاقتصادية التي عرفها الاقتصاد التركي، كما قلل من أزمة البطالة، التحسين من ميزان المدفوعات بنسبة كبيرة.

ومن هذا المنطلق، تعمل الحكومة التركية على الرفع من مدا خيل قطاع السياحة من خلال انتهاج إستراتيجية وسياسات تشجيعية للاستثمار في هذا المجال، بحيث أوجدت الكثير من الهيئات والبنوك الخاصة مثل KOSGEB، التي تولي الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في كل القطاعات ومن بينها قطاع السياحة والتي سوف نركز عليها في دراستنا بالاعتماد على الفرضية التالية: تمتلك تركيا مقومات سياحية هائلة مما يجعل منها قطاعا استراتيجيا.

1) التنمية السياحية في تركيا:

خلال الفترة 1989–1998 بلغت حصة تركيا من إيرادات السياحة الدولية بـ 1.8% وعدد السياح ارتفع من 2.8 مليون إلى 9.7 مليون سائح، أما عائدات السياحة فقد ارتفعت من 2 مليار دولار إلى 7.2 مليار دولار، وفي سنة 1999 وقع الزلزال الكارثي Kocaeli Depremi الذي اثر سلبا على السياحة بإلغاء الحجوزات وتراجع عدد السياح إلى 7.5 مليون سائح، وبلغت مدا خيل السياحة 5.2 مليار دولار[1] أي انخفاض بحوالي 40% مقارنة بالسنة التي قبلها[2].

1-1) أشكال السياحة في تركيا:

تعتبر تركيا نقطة تلاحم أسيا وأوروبا، فالجزء الأكبر منها يقع في أسيا ويسمى الأناضول، والجزء المتبقي في أوروبا المتمثل في اسطنبول. وتطل تركيا على كل من البحر الأسود في الشمال، البحر الأبيض المتوسط في الجنوب، بحر ايجه في الغرب، ويفصل اسطنبول عن الأناضول كل من بحر مرمرة والبوسفور والدردنيل. إلى جانب مجاورتها لكل من بلغاريا في الشمال الغربي، ومن الغرب اليونان، جورجيا في الشمال الشرقي، ومن الشرق ارمينيا، ازربيجان وإيران، ومن الجنوب الشرقي نجد العراق وسوريا. هذا الموقع المميز واستغلال تركيا لكل الإمكانيات الطبيعية والثقافية والتاريخية جعل منها قطب سياحي لا مثيل له، من خلال تنوعها واحتوائها على عدة أشكال سياحية ناهيك عن السياحة الكلاسيكية (البحر، الطبيعة،...)، ومن بينها: السياحة المعدنية، السياحة الشتوية، سياحة المرتفعات، سياحة الصيد، سياحة المغارات، سياحة المؤتمرات، سياحة الغولف، السياحة الشبابية، سياحة السفن الشراعية، السياحة النباتية، سياحة المعتقدات، السياحة الجبلية، سياحة الرياضات الهوائية، سياحة الأنهار والتجذيف، سياحة الغوص، سياحة مراقبة الطيور[3].

- السياحة المعدنية (العلاجية):

وهي سياحة بهدف الراحة والاستجمام أو العلاج الطبيعي في الحمامات المعدنية هذه الأخيرة لقيت الاهتمام من كل الشرائح من 7 إلى 70 سنة بهدف اللياقة البدنية والاستخدامات الترفيهية وانعاش النفس أو من خلال المراكز الصحية، من اجل العلاج الفيزيائي كإجراء العمليات الجراحية التجميلية، نقل الأعضاء، جراحة الأسنان، إعادة التأهيل... الخ.
تعتبر تركيا في العالم واحدة من الدول التي تملك موارد المياه المنبعية الحرارية حيث تحتل المرتبة الأولى في أوروبا من حيث حجم الموارد والمرتبة الثالثة من حيث استغلال المياه

الجوفية الحرارية. ويبلغ عدد المنابيع الحرارية 1500 منبع تحتوي على خصائص فيزيائية وكيميائية ومن ناحية أخرى معدل التدفق ودرجة حرارتها يجعلها أحسن من تلك الموجودة بأوروبا. حيث بلغت درجة حرارتها 20°-110° مئوية، معدل التدفق 2-500 لتر/ثانية مما يجعلها من بين الدول السبع الكبرى في العالم نظرا لخصائصها العلاجية الفعالة إلى جانب الثروة الثقافية والطبيعية وكذلك المناخ الملائم مما يميز تركيا ويجعلها من بين الوجهات المهمة للسياحة الصحية، هذه الأخيرة تتميز بخصائص، نذكر منها:

- إمكانية السياحة طوال السنة أي 12 شهرا بدون انقطاع.
- تحقيق المرافق لمعدلات إشغال عالية.
- وسهولة الاندماج مع أنواع السياحة الأخرى وبالتالي خلق تنمية سياحية إقليمية متوازنة.

– السياحة الشتوية:

تولي تركيا اهتماما كبيرا في تنويع المنتوج السياحي وإرضاء رغبات السياح طوال السنة من خلال الاستغلال الكفء والفعال لمواردها الطبيعية والثقافية من خلال قاعدة "الحفاظ– الاستغلال" وكذلك تهدف إلى احداث تنمية إقليمية متوازنة في إطار الإستراتيجية السياحية 2007-2023، والتي حددت وفقها رواق السياحة الشتوية في المناطق التالية: ارزينجان، ايرزروم، اغري، كارس، اردهان. أين تنظم الرياضات الشتوية وتهدف إلى تطوير مراكز السياحة الشتوية بمحفظاتها حيث نظمت دورة الألعاب الشتوية مابين الجامعات في مركز Plandoken لسياحة الرياضات الشتوية Erzurum بتاريخ 27/01-06/02/2011. وقد أعلنت وزارة السياحة عن 28 مركز سياحي للرياضة الشتوية.

– وسياحة المؤتمرات:

باتت تركيا بإمكانياتها المتزايدة واللافتة للانتباه ومن منطلق كونها مكانا استراتيجيا مميزا بحكم موقعها الجغرافي كملتقي للقارتي الأوربية والأسيوية، فضلا عن كونها خزانة مهمة للتاريخ والثقافة، تشكل مكانا مفضلا لإقامة المؤتمرات والندوات والفعاليات الثقافية والعلمية على اختلاف أصعدتها. وتشتمل تركيا علي العديد من الفنادق الفخمة، علاوة علي ثراءها الملحوظ فيما يتعلق بالأبنية الخاصة بالمؤتمرات، وتتميز أيضا بسهولة الوصول إليها ومنها ومناظرها الخلابة وتحفها الفريدة. فضلا عن كل ذلك فإنها تتميز بتنوع مناخي وجغرافي فريد وبغض النظر عن كل الخدمات والمميزات فإنها تقدم مميزات مادية مغرية للغاية. فتركيا تعتبر الوجهة المثالية لجاذبيتها وقربها للدول الاروبية، مع إمكانية الطيران المباشر إلى كل من أزمير، انطاليا، أنقرة.

2-1) السياحة في تركيا بالأرقام:

إن تركيا وهى دولة أسلامية أتجهت الى عرض معالمها السياحة للترويج بطرق غير مباشرة من خلال المسلسلات والافلام لجذب أكبر عدد من السائحين على مستوى العالم ، مشيرا الى أن تركيا تعد حاليا الدولة الاسلامية رقم 3 على مستوى العالم حتى بلغ أجمالى عدد السائحين نحو 30 مليون خلال العام الماضى[4].

ويعتبر قطاع السياحة في تركيا من بين 59 قطاعا، ويحتل المرتبة العشرين من ناحية تأثيره التنموي في الاقتصاد. حيث بلغت حجم الاستثمارات في قطاع السياحة منذ 1980 إلى يومنا هذا بـ 70 مليار دولار. أين حققت طاقة إيواء قدرت سنة 2010 بـ 893326 سرير. كما لا ننسى مساهمته في تغطية عجز الميزان التجاري حيث بلغت نسبة التغطية سنة 2010 بـ 29%[5].

الجدول 01: مؤشرات قطاع السياحة لسنة (1960- 2010)

	عدد السياح القادمون (ألف شخص)	المواطنون المسافرون نحو الخارج (ألف شخص)	مداخيل السياحة (مليون دولار)	تكاليف قطاع السياحة (مليون دولار)
1960	124	28	-	-
1970	725	270	52	-
1980	1288	940	326	115
1990	5389	1527	3225	520
2000	10428	2766	7636	1711
2001	11619	2542	10067	1738
2002	13256	2686	11901	1880
2003	14030	3415	13203	2113
2004	17517	3845	15888	2524
2005	21125	4125	18154	2870
2006	19820	4063	16851	2742
2007	23341	4956	18487	3260
2008	26337	4893	21951	3507
2009	27077	5561	21249	4146
2010	28632	6557	20807	4825

المصدر: Orhan COBAN, Ceyhun Can OZCAN, Turkiye de turizm gelirleri ekonomik buyume iliskisi: Nedensellik Analizi (1963-2010) , Osmangazi Universitesi İİBF Dergisi 8(1), Eskişehir, Nisan 2013, S.246.

نلاحظ من الجدول، أن منذ سنة 1960 عدد السياح القادمين إلى تركيا في تصاعد مستمر، فمنذ كان عدد السياح 124000 سائح أصبح في سنة 2010، 28632000 شخص، أما إذا مانظرنا إلى عائدات السياحة فنلاحظ ارتفاعا معتبرا من 52 مليون دولار سنة 1970 إلى حوالي 21 مليار دولار سنة 2010، كما يمكن استنتاج أن المعدل المتوسط للإنفاق للشخص الواحد منخفض وهذا يدل أن السياح القادمين ذوي مداخيل منخفضة. فبعد 24 جانفي 1980 التي تعتبر نقطة تحول حيث حقق قطاع السياحة خطوات مهمة. ففي سنوات الثمانينات أصبحت السياحة من بين القطاعات التحتية والتي لها آثار اجتماعية، ثقافية، واقتصادية. حيث اعتبرت سنة 1983 بداية مرحلة إحياء السياحة. فمنذ 1980 إلى يومنا هذا حققت السياحة ارتفاعا ملحوظا سواء من جانب عدد السياح أو من جانب عائدات السياحة.

الجدول 02: الدول العشرة الأولى في قطاع السياحة الدولية خلال 2013/ 2014

	عدد السياح (مليون شخص)		التغير%			مدا خيل السياحة (مليار دولار)		التغير%	
	2013	2014	12/13	13/14		2013	2014	12/13	13/14
فرنسا	83.6	83.7	2.0	0.1	و.م.ا	172,9	177,2	7.0	2.5
و.م.ا	70.0	74.8	5.0	6.8	اسبانيا	62,6	65,2	7.6	4.2
اسبانيا	60.7	65.0	5.6	7.1	الصين	51,7	56,9	3.3	10.2
الصين	55.7	55.6	-3.5	-0.1	فرنسا	56,7	55,4	5.6	-2.3
ايطاليا	47.7	48.6	2.9	1.8	ايطاليا	43,9	45,5	6.6	3.7
تركيا	39.2	41.4	7.1	5.3	انجلترا	41,0	45,3	12.1	10.3
ألمانيا	31.5	33.0	3.7	4.6	ألمانيا	41.3	43,3	8.2	5.0
انجلترا	31.1	32.6	6.1	5.0	تايلندا	41,8	38,4	23.4	-8.0
روسيا	28.4	29.8	10.2	5.3	هونغ كونغ	38,9	38,4	17.7	-1.4
المكسيك	24.2	29.1	3.2	20.5	**تركيا**	**32,3**	**34,3**	**10.2**	**5.8**

المصدر: *http://www.wnwto.org*

من خلال الجدول، تحتل فرنسا المرتبة الأولى بـ 83.7 مليون سائح وتليها الولايات المتحدة الأمريكية، اسبانيا، الصين، ايطاليا، ثم تركيا التي تحتل المرتبة السادسة بـ 41.4 مليون سائح، إلا أن انخفاض معدل الإنفاق للسائح الواحد الناتج عن أسباب معينة أدى إلى تسجيل معدل مدا خيل السياحة منخفض وحققت المرتبة الحادية عشر.

الجدول 03: مساهمات السياحة في الإنتاج الداخلي الخام والتجارة الخارجية

	نسبة مداخيل السياحة/PIB	نسبة مداخيل السياحة/الصادرات
1963	0,1	2,1
1973	0,8	13
1983	0,8	7,2
1993	2,2	25,8
2003	4,5	29,3
2004	4,4	27,0
2005	4,2	27,7
2006	3,5	21,7
2007	3,2	19,5
2008	3,4	19,2
2009	4,1	24,5
2010	3,4	21,9
2011	3,6	20,8
2012	3,7	19,2
2013	4,0	20,5

المصدر: Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB), Antalya, Şubat 2014, S. 16.

من خلال الجدول، يتضح لنا مدى أهمية السياحة في الاقتصاد التركي ومما حققته من تطور حيث ارتفعت نسبة مساهمة مدا خيل السياحة من الإنتاج الداخلي الخام PIB خلال 30 سنة الأخيرة من 0,6% إلى 4% ومن ناحية أخرى نلاحظ أيضا ارتفاع مساهمتها من الصادرات بعدما كانت 10% ارتفعت إلى 20% بحيث بلغ متوسط تغطية فجوة التجارة الخارجية بـ 60%. وكما تظهر أهمية قطاع السياحة في مدى قدرته على توفير مناصب الشغل بتكلفة منخفضة مقارنة مع القطاعات الأخرى، إذ توفر السياحة في العالم مناصب عمل لـ 300 مليون شخص، وفي تركيا تجاوز عدد المناصب الموفرة 1,2 مليون منصب. أما بالنسبة للوكالات والمؤسسات السياحية فتشهد هي الأخرى تطورا نتيجة لسياسة الدعم والتشجيع التي انتهجتها تركيا فيما يخص الاستثمار في قطاع السياحة وكذا تحت إطار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ويمكن ملاحظة ذلك من خلال التزايد المستمر في عدد الوكالات السياحية.

تولي تركيا اهتماما كبيرا بالمشاريع والاستثمارات السياحية من خلال التسهيلات والإعانات المقدمة للمستثمرين مما انعكس إيجابا على قطاع الفندقة إذ وصل عدد الفنادق المصنفة إلى 4038 مركز إيواء تتنوع بين فنادق، موتيلات، قرى سياحية، منتجعات ومخيمات، فنادق جبلية، مراكز الغولف... كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول 04: عدد مراكز الإقامة السياحية حتى 2013/12/31

النوع	التصنيف	بترخيص استثمار سياحي		بترخيص تشغيل سياحي	
		عدد المؤسسات	عدد الآسرة	عدد المؤسسات	عدد الآسرة
الفنادق	5 نجوم	188	111861	442	301406
	4 نجوم	311	90187	624	189400
	3 نجوم	292	37212	773	97579
	2 نجوم	24	3193	453	33943
	1 نجوم	24	1324	49	3550
	المجموع	839	243777	2341	625878
موتيلات	الصنف 1			1	25
	الصنف 2			2	159
	موتيل			8	469
	المجموع			11	653
القرى السياحية	الصنف 1(5 نجوم)	20	12619	64	53953
	الصنف 2(4 نجوم)	17	9094	17	6794
	المجموع	37	21713	81	60747
فنادق حرارية	5 نجوم	10	5028	23	12532
	4 نجوم	13	3774	17	4021
	3 نجوم	6	1186	17	1984
	2 نجوم			2	214
	1 نجوم				
	المجموع	29	9988	59	18751
أخرى (مخيمات، منتجعات، مساكن جبلية، اقامات خاصة...)		149	25436	490	43270
المجموع		1056	301862	2982	749299

المصدر: الموقع، 2015/02/22،
http://sgb.kulturturizm.gov.tr/TR,50930/istatistikler.htm

2) واقع تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية:

تحتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باختلاف مجالاتها أهمية كبيرة في الاقتصاد التركي حيث تغطي 99,9% من النسيج المؤسساتي، وهذا إن دل على شيء فهو يدل على اهتمام تركيا بهذا القطاع بتقديم الدعم المادي والمعنوي في آن واحد.

2-1) تعريف تركيا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

عرف قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عدة تعار يف من مختلف الهيئات التركية مثل: KOSGEB، استشارية الخزينة، استشارية التجارة الخارجية، EXIMBANK، HALKBANK. وبتاريخ 2005/11/18 تم تحديد تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خصائصها وتصنيفاتها تناسبا مع معايير الاتحاد الأوروبي، وعلى حسب هذا التعريف فان كل مؤسسة تستخدم اقل من 250 عامل، وحصيلة المبيعات السنوية أو الميزانية المالية لا تتجاوز 25 مليون ليرة تركية، وتصنف إلى مؤسسة مصغرة صغيرة ومتوسطة، واختصارها هو KOBI[6]. ولكن بتاريخ 2012/11/04 تم تعديل هذا التعريف في الجريدة الرسمية وأصبح كالتالي:

الجدول 05: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فى تركيا

	عدد لعمال	لدخل لسنوي
لمؤسسات لمصغرة	قل من 10	قل من 1 مليون ليرة تركي
لمؤسسات لصغيرة	قل من 50	قل من 8 مليون ليرة تركي
لمؤسسات لمتوسطة	قل من 250	قل من 40 مليون ليرة تركي

المصدر: Hnade KARADAG, KOBİ'lerde Stratejik Finansal Yönetim Uygulamaları, Büyüme ve Rekabetçilik: Bir Literatür İncelemesi, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Temmuz 2014. S.174.

وكباقي الدول تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا دورا مهما حيث تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تقليص البطالة وخلق فرص العمل، خلق اقتصاد متوازن وتحقيق تنمية اجتماعية، بالإضافة إلى مرونتها وقدرة التأقلم مع كل الظروف الاقتصادية.

حسب إحصائيات العمل السنوية لسنة 2009 بلغ عدد المؤسسات التي تستخدم اقل من 250 عامل بـ 3.222.133 مؤسسة، أي أن هذه الإحصائيات تمت على أساس معيار عدد العمال، وبالتالي قد تضم هذه المعطيات مؤسسات تستخدم اقل من 250 عامل ولكن حصيلة المبيعات أو ميزانيتها المالية قد تجعلها مؤسسة كبيرة، إلا انه حسب الإحصائيات التركية إن وجدت فهي لا تتجاوز 1 بالألف. الجدول التالي يوضح عدد المؤسسات وفقا للقطاعات الرئيسية ومعيار عدد العمال، حيث قدرت نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بـ 99,9% من إجمالي المؤسسات واغلبها مصغرة أي تستخدم من 1 إلى 9 عمال بنسبة 95,62%. كما قدرت نسبة المؤسسات التي تنشط في قطاع التجارة والخدمات بـ 82% اي ما يعادل 1.280.970، يليها قطاع الصناعة بـ 13% بما تمثل 404492 مؤسسة، أما قطاع الفندقة والسياحة فيحتل المرتبة الثالثة بحوالي 261676 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، و191 مؤسسة كبيرة، ومن هذا المنطلق يمكن القول أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورا فعالا في تحقيق التنمية السياحية.

حسب هيئة الإحصائيات التركية لسنة 2011 بلغت نسبة المستخدمين في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بـ 76%، وتمثل 53% من إجمالي الكتلة الاجرية، وتحقق قيمة مضافة بـ 53,3%، وبلغ حجم الاستثمار الإنتاجي بها 53,7%.
حققت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب إحصائيات 2012 واردات بنسبة 38,5% وتتوزع كالأتي:

- المؤسسات المصغرة من 1 إلى 9 عمال بلغت وارداتها 6,2%؛
- المؤسسات الصغيرة من 10 إلى 49 عامل وارداتها 14,3%؛
- والمؤسسات المتوسطة من 50 إلى 249 عامل وارداتها 17,7%.

أما المؤسسات الكبيرة والتي تشغل أكثر من 250 عامل فبلغت وارداتها 61,4%. كما بلغت نسبة صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 2012 بـ 62,6% وتتوزع كالآتي:

- المؤسسات ص وم من 1 إلى 9 عمال بلغت صادراتها 20,6%؛
- المؤسسات ص وم من 10 إلى 49 عامل بلغت صادراتها 24,3%؛
- والمؤسسات المتوسطة من 50 إلى 249 عامل بلغت صادراتها 17,9%.

و37.2% بالنسبة للمؤسسات الكبيرة. حيث أن نسبة 43.9% من الصادرات المحققة من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة موجهة لأوروبا، و42,2% لدول أسيا. أما الواردات فكانت 51,2% منها من أوروبا و37.9% من الدول الأسيوية.

2-2) واقع تحفيز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا:

يحظى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا بدعم كبير منذ مرحلة إنشاءها إلى غاية دخولها السوق وحتى تقديم دعم مادي للوكالات السياحية التي لها القدرة على جلب رحلات سياحية جوية[7]، بحيث وجدت لهذا الصدد عدة هيئات ومراكز سواء تابعة للدولة أو خاصة والتي تهتم بتحفيزها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلا أن اغلب هذه الحوافز موجهة من طرف الدولة. ويمكن ذكر بعض هذه الهيئات: مركز تدعيم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة KOSGEB، البنك الشعبي التركي Turkiye Halk Bankasi، بنك التجارة الخارجية التركي EXIMBANK، بنك القرض والاستثمار الصناعي، بنك الأوقاف التركي، صندوق التامين على القروض، وزارة الصناعة والتجارة، وزارة التعليم وهيئة التعليم العالي، وزارة المالية، استشارية الخزينة، استشارية التجارة، مجلس الدولة للتخطيط والمركز الوطني للإنتاجية.

- مركز تدعيم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة KOSGEB:

تم تأسيس رئاسة إدارة دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بموجب قانون 3624 الصادر سنة 1990، وذلك بهدف دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال رفع فعاليتها وقوتها التنافسية وكذا دمجها في السوق الاقتصادية،...الخ، حيث تقوم بتقديم مجموعة من الخدمات البعض منها موجبة الدفع وأخرى لا يتوجب سدادها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (كل مؤسسة تستخدم اقل من 250 عامل، وحصيلة المبيعات السنوية أو الميزانية المالية لا تتجاوز 40 مليون ليرة تركية) الإنتاجية والخدمية، ويمكن إيجاز أهم أدوارها كالآتي[8]:

- تطوير التجارة الالكترونية وأنظمة المعلومات حيث تهدف الى جعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تستعمل التكنولوجيا بنسبة اكبر مثل استعمال الانترنت، لكل مؤسسة صفحة الكترونية... الخ؛
- تقديم الدعم التكنولوجي؛
- تقديم الدعم المالي؛
- الدعم التكويني والاستشاري؛
- تقديم الدعم في البحث عن الأسواق؛
- تقديم الدعم المالي والتقني في الانضمام إلى المعارض الدولية؛
- الدعم التقني بالمسيرين والمهندسين؛
- ودعم المؤسسات في تحقيق العلامة التجارية وكذا فعاليات التعرف بها.

وبالنسبة للقطاع السياحي حددت KOSGEB المؤسسات التي تستفيد من الدعم كالتالي: الفنادق، مواقع التخييم وباقي المواقع المخصصة للإقامة القصيرة، دور الشباب والملاجئ الجبلية، مراكز الاستراحة المخصصة للقوافل، مواقع إقامة أخرى غير مصنفة، المطاعم ومخابز الحلويات، وأنشطة وكالات السفر ومنظمي الرحلات السياحية وغيرها من الأنشطة المساعدة للسياح غير المصنفة.

ومن بين برامج الدعم المقدمة من طرف KOSGEB، نذكر:

1. برنامج دعم مشاريع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
2. الدعم العام؛
3. برنامج دعم المقاولاتية؛
4. الدعم المتعلق بفوائد القروض؛
5. وبرنامج دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار سوق المؤسسات الناشئة

- دعم HALK BANK:

من بين الهيئات المدعمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نجد كذلك بنك القرض الشعبي التركي BANK HALK الذي يهتم بتدعيم هذه المؤسسات منذ إنشاءه خاصة الصناعات المصغرة والتقليدية، حيث يوفر إمكانية تمويل المشاريع طويلة الأجل كالإنشاءات ومشاريع التجديد بطاقة تمويل تتراوح بين 500 الف إلى 25 مليون اورو، كذلك له دور في تمويل صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بـ 600 ألف دولار لمدة 6 أشهر وهذا في إطار تدعيم الصادرات. ففي سنة 2005 بلغت حصة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بـ 3,8 مليار ليرة تركي وهذا يعني أن القسم الأكبر للقروض خصصت لتمويل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وفي نهاية سنة 2005 وفرت 250 ألف قرض مصغر للصناعات المصغرة والتقليدية[9].

- استشارية التجارة الخارجية:

وتهدف إلى رفع حصة صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الدعم والتسهيلات المالية، وعلى وجه الخصوص الدعم المتعلق بالبحث والتطوير Ar-Ge، والتسويق، حيث بلغت نفقاتها سنة 2012 ما يقارب 70 مليون اورو موزعة على 10000 مؤسسة[10].

- الدعم السياحي في إطار قانون 2634:

ابتداءا من سنة 1982 تم تطبيق قانون تشجيع السياحة 2634 والذي لا يزال إلى يومنا هذا والذي يضم عدة آليات تحفيزية تماشيا مع إمكانيات القطاع السياحي وبالنظر إلى أهدافه إذ لا يمكن إنكار مدى أهمية هذا القطاع في توفير فرص العمل فهو قطاع كثيف العمالة وكذا مساهمته الفعالة في الاقتصاد من خلال عائدات النقد الأجنبي. وينص قانون تحفيز السياحة 2634 على، تامين الأراضي، تخطيطها،...الخ، فالأرض تلعب دورا مهما في تنفيذ الاستثمارات وتعتبر من المصاريف الأولية للاستثمار، فتخفيض سعر الأرض يعتبر تحفيزا جد مهم بالنسبة للمستثمر. أما بالنسبة لقرار دعم الدولة للاستثمارات، فهو يتعلق بالتخفيض الضريبي بالنسبة لاستثمارات الفنادق ذات 3 نجوم فما فوق (خارج منطقة اسطنبول)، وهذا التخفيض متعلق بمعدل أو نسبة مساهمة الاستثمار التي تتراوح ما بين 10 إلى 25% حسب الجدول:

الجدول 06: التخفيضات الضريبية

لمناطق	لقيمة لمضافة الاستثمار %	معدل تخفيض لضريبة على لدخل %
1	10	25
2	15	40
3	20	60
4	25	80

المصدر: وزارة الثقافة والسياحة التركية، 2016.

- تعريفة فواتير المياه، الغاز والكهرباء:

حسب المادة 16 من قانون الدعم السياحي، تدفع كل مؤسسة أو مستثمر يملك شهادة استثمار سياحي اقل تعريفة لفواتير المياه، الغاز والكهرباء مقارنة بالمساكن والمناطق الصناعية التابعة لمنطقة الاستثمار، بحيث أن الفرق بين التعريفة العادية والتعريفة المدعمة يدفع من طرف الخزينة وهذا في حالة عدم وجود أي ديون للمستثمر لدى مصلحة الضرائب أو هيئة التأمينات SSK.

- تسهيلات الاتصال:

حسب المادة 17 من قانون الدعم السياحي تمنح الأولوية في تلبية كل طلبات المستثمرين والمؤسسات المتعلقة بوسائل الاتصال كالهاتف وتيلكس.

- دعم استخدام اليد العاملة الأجنبية:

حسب المادة 18 من قانون الدعم السياحي، وبتصريح من وزارة العمل ووزارة الضمان الاجتماعي أن المؤسسات باستطاعتها استخدام خبراء ومهنيين أجانب، ويمنح لها الدعم والتحفيز مقابل ذلك.

– إمكانيات الاقتراض من بنك EXIMBANK التركي للتجارة الخارجية:

يلعب بنك EXIMBANK دورا فعالا في تنشيط التجارة الخارجية ورفع المخزون من العملة الصعبة من خلال السياسة التحفيزية والتدعيمية للمستثمرين من خلال خدماته المتعلقة بالتامين والضمان وخدمات قروض الصادرات كمتعهد. ويقوم البنك بتنويع خدماته بهدف مسايرة متطلبات التنمية الاقتصادية ولأجل هذا يضع أيدي المستثمرين في قطاع السياحة "قروض السياحة " بالعملة التركية والأجنبية. حيث يستفيد من هذه القروض كل من: وكالات السياحة والأسفار العضو في TURSAB، شركات النقل الجوي الخاصة، والمؤسسات السياحية التي تخدم السائح من إقامة، أكل وشرب، نقل، الإعلان والتسويق خارج البلد... الخ.

– الدعم والتحفيز في إطار الانضمام إلى المعارض الدولية :

حسب المادة 13 من قانون تحفيز الاستثمار 2634، في إطار إستراتيجية السياحة التركية 2023، والتي تهدف إلى احتلال مركزا ضمن الدول الخمسة الأولى في قطاع السياحة، وبناءا على ما سبق فانه تشجع وتدعم انضمام المؤسسات السياحية لكل التظاهرات السياحية الدولية بهدف التسويق، الإعلان والتعريف بالمنتج السياحي، حيث تقوم وزارة السياحة بتغطية جزء من تكاليف إيجار وتنظيم مكان العرض بنسبة 50% وبحد أعلى لا يتجاوز 20000 دولار.

خاتمة:

أثبتت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نجا عتها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال تجارب العديد من الدول النامية والمتقدمة، وهذا لقدرتها المتميزة في توفير مناصب الشغل، وخلق الثروة مما يساعد على محاربة مشكلتين رئيسيتين تعاني منها خاصة الدول النامية البطالة والفقر.

من خلال دراستنا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا ونختص بالذكر السياحية منها فلاحظنا أنها تساهم بنسبة كبيرة من إجمالي المؤسسات وهذا يدل على الدور الفعال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية القطاع السياحي والمتمثلة في الفنادق والموتيلات، مراكز التخييم والإقامة قصيرة المدى، الوكالات السياحية، المطاعم..، بالإضافة إلى مساهمتها في تخفيض حجم البطالة التي تعتبر من بين الأهداف الرئيسية وذلك من خلال تضافر جهود الهيئات الحكومية والخاصة وعلى وجه الخصوص مركز تطوير ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة KOSGEB الذي يقدم الدعم المالي والتقني في مختلف المجالات.

كما يمكننا أن نستنتج أيضا أن السياحة تعد منتوج كغيرها من المنتجات التي لابد أن تتميز بجملة من المواصفات لاستقطاب الطلب عليها، لذلك يتوجب علينا أن نهتم بالمنتوج السياحي الجزائري من خلال رسم خطة طويلة المدى تضم الأهداف المراد الوصول إليها مثلما اشرنا إليه في خطة ماستر2023 بالنسبة لتركيا حيث تسعى إلى احتلال المراتب الخمسة الأولى للدول الأكثر استقطابا للسياح في العالم. ويلزم أن تشتمل هذه الخطة أيضا على الإطار القانوني والجبائي والمالي الذي من شانه تحسين مناخ الاستثمار لتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي.

الهوامش والمراجع:

1 Zafer YILDIZ, Turizmin sektorunun gelisimi ve istihdam uzerindeki etkisi, the journal of visionary, C.3,S.5, Suleyman Demirel University, S.58 .

2 Nesrin Suna SARICAY, Muge Und, Krizlerin Turizm sektoru uzerindeki etkileri, AR& GE, Bulten Ocak 2014- Sektorel, Izmir Ticaret Odasi, S.16 .

3 وزارة الثقافة والسياحة التركية، 2014/09/10،
http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr

4 محمد حسني، «مطالب بتطبيق "التجربة التركية" في السياحة»، 2011/12/15،
http://www.masress.com/elbalad/27499

5 Bulent SONMEZ, Turk turizminin dunya turizmindeki yeri Turkiye ekonomisine etkileri, Yuksek lisns tezi, Iktisat bilim dali, Sosyal nilimler enstitusu, Pamukkale Universitesi, 2012, S81 .

6 Recep ULUSOY, Reyhan AKARSU. Türkiye'de KOBİ'lere Yapılan Destekler ve İstihdam Üzerindeki Etkileri, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 23, Kocaeli Üniversitesi 2012. S,106 .

7 مقال، «مطالب بتطبيق "خطة إحياء السياحة التركية" لعام 2016»، 2016/02/24
http://www.turkpress.co/node/18892

8 Mehmet CANSIZ, Turkiye de Kobiler ve KOSGEB,DPT Uzmanlik Tezleri. Ankara, 2008.s.80 .

9 Süleyman ÖZDEMIR, Halis Yunus ERSÖZ, Halil Ibrahim SARIOGLU, Küçük Girisimciligin Artan Önemi Ve Kobi'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri,s.219 .

10 Süleyman ÖZDEMIR, Halis Yunus ERSÖZ, Halil Ibrahim SARIOGLU,s.222 .